

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение дополнительного профессионального образования  
АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ**

**О.С. Ольгина**

**ДРАМАТУРГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО СЮЖЕТА**

**Методическое пособие**

**(по материалам книги К. Гаврилова**

**«Как делать сюжет новостей и стать медиатором»)**

**МОСКВА 2014**

Ежедневно, ежечасно, на некоторых телеканалах в режиме «нон-стоп» выходят в эфир информационные программы, туго набитые сюжетами, репортажами, обзорами, интервью, оперативными сообщениями, эксклюзивными материалами и рутинными комментариями.

Все они носят самый разнообразный характер – социальный, развлекательный, аналитический, криминальный, просветительский и др. Именно в информационных программах перед зрителем предстаёт, смоделированная по определённым правилам, принципам, законам, как классической драматургии вообще, так и направлением, имиджем, задачами каждой телекомпании в частности, реальность того мира, который в котором существует человечество.

«Бог и царь», «высший пилотаж», главный элемент новостной программы, знак особого мастерства репортёра – это **сюжет**, потому что именно он моделирует реальность и формирует зрительское восприятие.

Ответ на один из ключевых вопросов драматургии «Что такое сюжет?» гласит: **«Сюжет (фр. sujet, букв. — предмет) — в эпосе, драме, поэме, сценарии, фильме — способ развертывания фабулы, последовательность и мотивировка подачи изображаемых событий»**. В этом смысле определение вполне характеризует и сюжет, господствующий на информационном экране, хотя по размеру (хронометражу) его невозможно сопоставить с сюжетом очерка, документального фильма.

Именно хронометраж сюжета в новостях – первое важное отличие от сюжета, создаваемого автором в любом другом, более крупном жанре. Репортёр должен суметь развернуть фабулу события, мотивируя ход рассказа, подачу материала, в маленьком экранном произведении размером в одну-три минуты, очень редко – чуть больше.

Чтобы на экране что-то делать с событием, как-то претворять его, интерпретировать в соответствии с определёнными задачами для зрителя, надо не только понимать, что **событие является основой сюжета**, но и понимать, что же является событием для информационного сюжета. Как правило, это происшествие, факт, явление общественной или личной жизни человека, проявившееся в результате какого-либо действия, любого действия в самом широком понимании этого слова.

Отсюда огромное, безмерное количество событий, происходящих в жизни. Отсюда и необходимость тщательного отбора событий по тем признакам, которые необходимы для создания сюжета новостей.

Вот такие признаки, учитывая направление канала, политическую ангажированность, опирается редактор новостей и репортёр, останавливая свой выбор на том или ином событии:

- исключительность,**
- новизна,**
- неожиданность,**
- общественная значимость,**
- действенность,**
- драматизм,**
- визуальность.**

Но далеко не всё событие, а именно его малая часть, станет основой сюжета, т.е. будет переплавлена в то произведение, которое отобразит событие. Потому что **событие – это то, что происходит в реальной жизни, сюжет – то, что, рассказывая о событии, отображает лишь малую его часть.** Кстати, одно событие порой может повлечь за собой несколько сюжетов.

Но если при выборе сюжета все принципы суммировать, то можно сказать, что **событие попадает на экран, когда есть информационный повод – в нём главный смысл – то ради чего в эфир попадает этот сюжет, а не другой.**

**Ради чего** – один из главных вопросов драматургии. Ради чего выбран именно этот герой очерка, ради чего появилась вот эта зарисовка, ради чего режиссёр хочет работать над такой темой, ради чего он избирает определённый, ради чего в картине существует музыка, авторский текст и т.д.

Информационный повод и тема сюжета – понятия на первый взгляд схожие, но разные. **Тема – это то, о чём сюжет. Информационный повод – то, что происходит в сюжете, т.е. смысл события.** В любом событии может быть несколько информационных поводов, сюжет приобретает такой характер, какой репортёром выбран информационный повод.

Для определения информационного повода можно использовать те же качества, которые необходимы для прохождения в эфир событие, правильное определение гарантирует успех сюжету.

Событие может быть больше информационного повода, может быть меньше по значению, может быть равно и полностью исчерпываться им. И, наконец, события может не быть, оно может произойти через несколько

дней, но информационный повод, чтоб об этом событии рассказать в сюжете, уже имеется.

Для определения информационного повода существует несколько стандартных приемов:

- 1. Если событие обычное, часто повторяющееся, о нём уже много раз делали сюжеты, информационный повод — обычный для такого события.**
- 2. Если событие привычное, но в нём появляются новые обстоятельства, новые люди, возникают новые ситуации, информационный повод — рассмотрение события через это «новое».**
- 3. Если событие совершенно новое, есть возможность снять его первыми, то информационный повод равен событию.**
- 4. Когда обыденное событие поворачивается неожиданной стороной, в нем открываются неожиданные подробности, то информационный повод — выделение нового.**
- 5. Когда одно событие, уже свершившееся предвещает новое событие, которое будет иметь большое значение для телеаудитории, то информационный повод — будущее событие.**
- 6. Если событие завершилось, и теперь можно делать разнообразные выводы, то информационный повод — один из возможных выводов.**
- 7. Когда событие только ожидается, то информационный повод — будущее событие.**
- 8. Если событие привело к последствиям, которые интересны большому числу людей, то информационный повод — последствия.**
- 9. Если событие является результатом цепочки других событий, то информационный повод — «последнее звено».**

Обычно информационный повод определяется перед съемкой. Приступать к съемке, не представляя, что и зачем репортёр будет снимать, непрофессионально. Но бывают редчайшие ситуации, когда перед съёмкой необходимо поменять информационный повод, потому что в таком случае сюжет может получиться интереснее и неожиданнее, чем планировался.

Всякий сюжет – это история, информационный сюжет, тем более.

Сжимая всё до формулы, можно сказать, что **информационный повод – это форма, а история – это содержание сюжета, в то время как само событие – это материал для сюжета.**

Т.к. событие состоит из действий, а, стало быть, фактов, то ужать эту формулу можно до состояния: **факты – это история, т.е. история в новостном сюжете делается из фактов.**

Следует помнить, что зрителя интересуют истории, касающиеся людей, животных, природы, любой сферы жизни, в которой существует человек. Если же в область зрительского внимания попадает паранормальный мир, фантастика, всё равно это связано с интересом к ним человека.

Репортёр при помощи информационного повода находит несколько фактов одного события и преподносит их на экране, трактуя со своей точки зрения, точки зрения, определённой главным редактором, генеральным директором, программной политикой телеканала. Таким образом, нельзя ставить знак равенства между фактами в сюжете и реальностью. **История – состоящая из фактов – это всегда художественная трактовка события.**

Безусловно, в истории должен быть герой, без которого сама история невозможна. Это не обязательно конкретный человек, но и группа людей, народ, общество, обезличенное событие – стихия, природный катаклизм, животное. Для полноценной истории необходим антигерой.

Изученные профессионалами взаимоотношения героя и антигероя в сюжете новостей выстраиваются в следующую таблицу:

- 1. Герой — личность, антигерой — личность.**
- 2. Герой — личность, антигерой — группа.**
- 3. Герой — личность, антигерой — стихия либо независимое обстоятельство.**
- 4. Герой — группа, антигерой — личность.**
- 5. Герой — группа, антигерой — группа.**
- 6. Герой — группа, антигерой — стихия либо независимое обстоятельство.**
- 7. Герой — стихия либо независимое обстоятельство, антигерой — группа.**

По законам драматургии **герой и антигерой** – это, конечно же, конфликт, конфронтация, противоборство, столкновение, споры, сопротивление и многое другое, входящее в понятие **«Конфликт»**.

**Конфликт героя и антигероя создает историю. Без конфликта нет истории, нет сюжета новостей.**

А если есть герой, антигерой, конфликт между ними, т.е. есть история, то рассказана она должна быть в сюжете, благодаря известным всем профессионалам пяти принципам драматургии, которые задолго до возникновения кино и телевидения открыл для творческого человечества Аристотель.

Вот они, **структурные элементы драматургии:**

- **экспозиция** – в ней надо ввести зрителя в курс дела, кратко изложив факты, отвечающие на простые вопросы: что, где, когда и с кем произошло;
- **завязка** – начало самой истории, причина конфликта героя и антигероя;
- **развитие** – это развитие конфликта с новыми доводами, новыми фактами;
- **кульминация** – наивысшая точка в развитии конфликта;
- **развязка** – завершение истории, выводы.

В коротком сюжете часто не хватает места всем пяти этапам, поэтому экспозиция совмещается с завязкой, кульминация с развязкой, развитие сюжета нещадно спрессовывается и сразу же устремляется к кульминации. Это необходимость, которая ни в коем случае не должна влиять на интерес зрителя и ожидание им развязки. Поэтому один из важных элементов драматургии – **интрига** – должен всегда сохраняться до конца.

Сюжет в новостях создаётся по тем же законам драматургии, по которым строится и большое кинопроизведение. И так же, как в документальном кино, как в телевизионной публицистике, на сюжет обязательно влияет сам автор, его личность, в данном случае, личность репортёра.

На первый взгляд кажется, что автор сюжета объективен, но на самом деле это не так: он – равноправный участник конфликта, заложенного в истории, как правило, находящийся на стороне героя.

**Итак, для создания сюжета необходимо найти событие, отыскать информационный повод, рассказать историю, с героем, его конфликтом с антигероем, выстроить эту историю грамотно, с**

**интригой до самого финала, используя максимально свой талант, артистизм, профессионализм, обаяние и участие в конфликте истории на стороне героя.**

Драматургия короткого сюжета в новостях и драматургия телепублицистики и кино – это искусство. У всякого искусства есть свои законы, своя технология.

Давно мастерами информационного сюжета выведена некая формула, о которой профессионал уже не задумывается, а новичку эфира она будет в помощь.

В частности, К.Гаврилов предлагает следующую формулу сюжета, называя её великой, потому что она помогает правильно, грамотно сделать любой сюжет в новостях:

**Сюжет = 1 Событие = 1 Информационный повод = 1 История = 1  
Эмоция зрительская = 1 Мысль**

Найденное событие требует от журналиста только одного информационного повода, одной рассказанной истории, с одним героем и антигероем, с одним их конфликтом, вызывающим одну эмоцию зрителя (радость, печаль, ужас, страх, сочувствие, успокоенность, но не радость в начале сюжета, а в конце – ужас!). Всё это заканчиваться должно не сложным выводам, неточными рассуждениями, а одной ясной мыслью. Формула обусловлена коротким временем в эфире сюжета, большим количеством информации, которое приходится репортёру освоить в процессе съёмок и создания эфирного материала, малым количеством информации, которое способен воспринять зритель из одного сюжета.

Сюжет, созданный по такой формуле, зрителю становится понятен, вызывает соответствующую реакцию, а работу репортёра направляет в нужное русло.

Может, оттого эту формулу называют великой, что есть, действительно, великий смысл репортёру поступать именно так: **не стараться объять необъятное, уметь выбирать информационный повод, тасовать и отыскивать необходимые факты и отказываться даже от хорошего ради лучшего.**

Благодаря этой формуле, если её не только выучить в теории, продумать и понять, но и опробовать не один раз на практике, в сюжете

будет отсечено всё лишнее, путанное, уводящее зрителя в сторону, заставляющее его растеряться из-за хлынувших на него разнообразных эмоций.

Эта формула помогает создать главное – информационный образ действительности, который складывается из всех компонентов сюжета и вызывает у зрителя иллюзию подлинности, достоверности происходящего. В коротком сюжете зритель не может увидеть всего события полностью. Но он видит историю, получает эмоцию, воспринимает мысль, которую создает репортер. **Взаимодействие информационного повода, истории, эмоции и выводов создаёт информационный образ реальности, которую воспринимает зритель.**

Как всё, что делается людьми, информационный образ тоже в каждом сюжете бывает по качеству своему разный – слабый, рыхлый, невнятный, мощный, точный и т.д. В отличие от информации в чистом виде, где нет никакого информационного образа, а только сухие цифры, факты, в сюжете, благодаря всем его компонентам и таланту корреспондента, появляется **информационный образ реальности**. Действительно, качество, глубина, размах информационного образа зависит не только от мастерства тележурналиста, но и от уровня его личности.

**Информационный образ сюжета и образность фильма, очерка, спектакля – совершенно разные вещи.** Репортёр никогда не сможет добиться информационного образа сюжета средствами, присущими документальному кино, телевизионной публицистике. Как ни парадоксально, но специфика сюжета в том и состоит, что образ действительности создаётся в нём, не благодаря авторской воле, фантазии, оригинальности, а путём строгих ограничений и принципов.

Если подытожить вышесказанное, то, создавая сюжет, **профессиональный репортёр должен:**

- **искать интересное событие;**
- **находить в нем яркий информационный повод;**
- **строить историю по законам драматургии, с острым конфликтом, с фактурными героем и антигероем, с действующей на протяжении всей истории интригой;**



– заранее рассчитывать, какую эмоцию (простую и точную), какую мысль он хочет вызвать у зрителя;

– стремиться создать мощный информационный образ сюжета.

Скучная, неинтересная новость оставить зрителя равнодушным или вовсе будет пропущена им. К сожалению, на телевидении людей, способных делать интересные новости гораздо меньше, чем тех, кто делает скучные сюжеты.

Здесь можно посоветовать лишь как можно глубже вникать в профессию и закалять свои способности в борьбе за интересный, оставляющий впечатление у зрителей эфир.

Помимо тех пяти принципов драматургии, на которых основан сюжет, необходимо знать, что сюжет состоит из четырёх составляющих:

– синхрон – та часть видеоматериала, где записано прямое интервью с участниками сюжета;

– стендап – та часть видеоматериала, в которой репортёр находится в кадре и комментирует события (различается ещё «флай» – прямое включение репортёра с места событий);

– закадровый текст – текст, который репортёр пишет и произносит за кадром;

– видеоряд и, как его разновидность, интершум (лайв) – всё, что снято, смонтировано и выдано в эфир, за исключением стендапа. Интершум или лайв – небольшая часть видеоряда, который выдаётся в эфир с естественным звуком, записанным камерой.

Автор сюжета должен понимать главное правило: **все составляющие части сюжета не существуют сами по себе, а только в совокупности и взаимодействии.**

Синхрон, стендап, закадровый текст и видеоряд – это набор профессиональных инструментов, которые позволяют создать сюжет.

Итак, инструмент первый – синхрон.

**Синхрон** в сюжете – это высказанная участником события одна законченная мысль в несколько предложений, которая имеет начало и конец, даёт возможность зрителю понять отношение участника к событию, услышать его личную оценку события. Синхрон напрямую свидетельствует

о конфликте героя и антигероя, углубляет развитие этого конфликта в ходе истории, причём главные его качества – не сухие цифры, ни весомые слова человека со статусом, а яркость, эмоциональность, живое отношение к происходящему участника сюжета. Потому что зрительское доверие к высказанному определяется зрительским сопереживанием.

При большой схожести ( вопрос – ответ) **синхрон и интервью являются продуктами разных технологий**, к ним требуется совершенно разный подход, разные принципы получения ответов.

**Интервью** даёт ответы на многочисленные вопросы, объёмно по метражу, раскрывает рациональную оценку героем нескольких проблем и предполагает наличие времени на подготовку.

**Синхрон** – концентрирует внимание зрителя на одном событии, имеет короткий и очень короткий метраж, раскрывает эмоциональную оценку героем события, даёт репортёру на подготовку несколько минут.

**Интервью — это подробности, синхрон — только главное, и быстро.**

Репортёру в синхроне надо задавать только такие вопросы, которые раскрывают информационный повод и историю сюжета и необходимо чётко осознавать, какие именно ответы он хочет получить для сюжета, предугадывать или знать точно, а также не спрашивать о том, о чём может сам репортёр рассказать за кадром или в стендапе.

В помощь репортёру имеется **правило «5W + H»** – это основные пять вопросов, которые можно задать участнику сюжета: **Кто? Что? Где? Когда? Как?**

Можно при необходимости добавить ещё шестой – **Почему?**

**Во избежание ошибок, нужно знать, чего ни при каких условиях не следует делать:**

- Не спрашивать о цифрах. Нужна оценка цифр, а не сами цифры.
- Не задавать уточняющих вопросов, что повлечёт за собой более детальный разговор, на который нет времени и места в сюжете.
- Не спрашивать лишнего, чтоб не увести человека от нужного направления в синхроне.
- Не употреблять закрытых (наводящих) вопросов, в которых уже заключается ответ.
- Не задавать вопросов, ответы на которые очевидны.

- **Никогда не оскорблять (прямо или косвенно) своего собеседника, не обращаться к нему на «ты».**
- **Не формулировать простые вопросы слишком сложно.**
- **Не блистать свои остроумием, осведомлённостью, кругозором.**
- **Не объединять в одном вопросе сразу несколько. Можно не получить ответа ни на один.**

Лучше всего перед записью синхрона определить **ключевой вопрос**, т.е. главный для синхрона, без которого сюжет не состоится. И задавать его надо сразу, чтоб застигнуть отвечающего врасплох, не дать ему время на подготовку, обдумывание ответа. Если не удалось сразу, можно задать этот же вопрос в другой формулировке. Можно сменить тему, а потом вновь задать необходимый вопрос.

В общей сложности в двухминутном сюжете может быть не более четырёх синхронных разных людей. Правильнее – два синхрона героя, два – свидетеля. При большем количестве синхронных сюжет превращается в информационное сообщение.

В сюжете не может быть больше трех синхронных одного человека, иначе сюжет будет похож на монолог.

Вообще без синхрона сюжет тоже может существовать, но тогда он становится просто информационным материалом или съёмкой с места происшествия. **В хорошем сюжете обязательно должен быть синхрон героя истории, свидетелей, чтобы у зрителя возникало доверие к сюжету.**

Лучший синхрон — отобранный из двух одинаковых, короткий и яркий, дающий зрителю эмоцию.

**Стендап** в сюжете – это гарантия для зрителя реальности и правдивости. **Стендап** убеждает зрителя в том, что репортёр действительно был на месте происшествия, видел всё собственными глазами и рассказал об этом, и приближает его к месту событий.

Стендап появился на отечественном телевидении в начале 90-х, и теперь без него не обходится ни один оригинальный сюжет. В стендап входит всё, что не удалось в синхроне, что не получилось показать в видеоряде, что не хочется говорить за кадром. Благодаря стендапу, репортёр создаёт

окончательный информационный образ сюжета. Сам репортёр проявляется в стендапе как личность, пропускает событие через себя, поэтому стендап является серьёзным профессиональным испытанием для журналиста. Поэтому и подготовка к нему должна быть серьёзной и тщательной.

Стендап своим содержанием нацелен всегда только в будущее. Если он стоит в конце сюжета, то он несёт главную мысль сюжета и основную эмоцию, ставит точку. Помощь в этом репортёру дают информационный повод и история. А если стендап стоит в начале или середине, то цель меняется: либо стендап становится экспозицией, либо ведёт к кульминации сюжета.

Есть немало пособий, статей, которые помогают тележурналисту справиться с «зажимом», избавиться от неестественных интонаций, попытаться быть более артистичным, умеющим общаться человеком. В этих статьях и пособиях подробно говорится, что **существует четыре способа стендапа:**

- **стендап без движения перед камерой;**
- **стендап в движении на камеру и удалении камеры;**
- **стендап в движении мимо камеры;**
- **монтажный стендап (особенно сложный) в движении, когда соединяется два разных пространства.**

Помимо многих правил, которые желательно выполнять при записи стендапа, тележурналисту особое внимание надо обращать на то, как произносятся названия учреждений, местности, о которых идёт речь, имена и фамилии участников события. Необходимо учиться говорить правильно, соблюдая нормы и правила русского языка, не допускать оговорок.

Безусловно, заниматься своей речью – от произношения до словарного запаса, проверять ударения в незнакомых словах по «Словарю ударений для работников радио и телевидения». Избавляться от штампов.

**Видеоряд**, как ни странно, стоит для репортёра в создании сюжета на последнем месте. Конечно, для сюжета важна яркая, динамичная, эмоциональная «картинка», но **об этом на съёмке должен думать оператор. Задача репортёра – только сюжет, его смысл и факты.**

**Видеоряд – это визуальная сторона события, реальности, которая не имеет самостоятельного значения и в монтаже будет подчинена драматургии сюжета.**

В выпуске новостей есть много видеоматериалов, которые представляют собой «картинку» по определённой теме и называются единицей информации. **Видеоряд сюжета – это визуальное решение события, лежащего в основе сюжета, в результате чего зритель увидит информационный образ.**

Любые, самые редкие и уникальные кадры, если они не вписываются в концепцию журналиста, в его трактовку события, в драматургию сюжета, так и останутся вставленными и не очень понятными. И наоборот, станут эксклюзивными, если к ним приложит руку репортёр. Видеорядом сюжета могут стать архивная съёмка, кадры, взятые из интернета.

Если во время съёмок репортёр не должен заниматься видеорядом, то на монтаже он — хозяин материала. Здесь необходимы знания и практика режиссёра. Он должен понимать, что такое «кадр», «план»; различать планы по крупности (общий, средний, поясной, крупный, деталь); знать, каким планам отдаётся в сюжете предпочтение; не забывать о длине плана (не меньше двух секунд и не больше пяти), о своеобразии кадра-образа.

Композиция кадра – это забота оператора, но знать её законы, уровень дальности планов репортёру необходимо.

**Видеоряд сюжета, как правило, строг и прост**, в нём нет места наездам, отъездам, панорамированию, каким-то немислимым ракурсам – вся эта незаметная композиция, простота «картинки» существует для удобства зрительского восприятия.

**Самое важное в видеоряде для репортера — хронометраж.** Чем больше снимет оператор, тем шире будет возможность выбора при монтаже. Но если материала значительно больше, репортёру придётся потратить много времени, которого в при подготовке сюжета в новостях не бывает. Надо знать соотношение хронометража исходного видеоряда к хронометражу сюжета: **1 минута эфирного времени = 6 минут исходного материала.**

Съёмочный материал превращается в видеоряд сюжета на монтаже. Для этого должен быть написан закадровый текст.

**Закадровый текст – самая важная составляющая сюжета:** самая яркая, динамичная «картинка» может быть не совсем понятна зрителю без авторского комментария. В «чистой» картинке не может быть информационного повода, истории, эмоции, мысли, трактовки события. **Именно в закадровом тексте возникает история, обозначается конфликт, делается вывод. Поэтому в сюжете сказанное значительно важнее показанного.**

Закадровый текст – является каркасом сюжета, под него происходит монтаж, выстраиваются синхроны, пишется стендап.

Закадровый текст спрессовывает время в сюжете, классифицирует факты, имена, детали. И хотя зритель пристально смотрит на экран, его вниманием владеет текст автора сюжета.

Разный текст, написанный к одной и той же «картинке», полностью меняет смысл сюжета.

**Закадровый текст задает ритм и темп сюжета.**

Емкие короткие предложения (не более 6 слов) учащают ритм, нагнетают тревогу, заставляют зрителя концентрировать внимание.

Длинные фразы (примерно 13-18 слов) замедляют ритм, успокаивают.

Предложения средней длины (7-12 слов) настраивают на усвоение информации без особого эмоционального отклика.

**Ритм может быть любым, он обязательно должен быть. Он прибавляет внимания зрителю. Темп закадрового текста – скорость произносимого – эмоционально окрашивает сюжет.**

Закадровый текст, конечно, зависит от видеоряда и без него не существует, но он и не комментарий к «картинке».

**Всё получается только тогда, когда закадровый текст выстроен по законам драматургии, когда в нём присутствует экспозиция, завязка, кульминация и развязка, конфликт и даже интрига. По сути, закадровый текст — это сценарий сюжета.**

**Все составляющие сюжета – видеоряд, синхроны и стендап – становятся единым сюжетом, потому что их объединяет закадровый текст.**

**Монтаж** сюжета происходит под закадровый текст. Репортер сначала начитывает текст, а потом уже под него подбираются планы. А не наоборот, в отличие от документального кино.

**Закадровый текст должен соответствовать техническим требованиям сюжета: хорошо читаться вслух, не превышать порога слухового восприятия, не превращаться в скороговорку, хотя всегда быть в рамках отведённого хронометража, быть отредактированным к монтажу.**

Сначала важно отобрать синхроны и стендап, а потом писать закадровый текст. Впрочем, начинать его писать можно уже во время съёмки или сразу после неё, чтоб не утратить свежего взгляда на событие.

Ни в коем случае закадровый текст не должен описывать то, что зритель видит своими глазами. **Начинать лучше с ударной фразы, оригинально сформулированной темы сюжета, с интригующего момента события, т.е. с главного— информационного повода.**

Грамотнее и правильнее, когда сюжет начинается именно с закадрового текста, а не со стендапа, тем более, с синхрона.

Текст не должен изобиловать цифрами, одинаковыми фактами, сложными словами и оборотами речи, лирической интонацией... Написанный текст должен быть обязательно отредактирован, прочитан не один раз вслух, проверен по хронометражу.

**Закадровый текст — важнейшая часть сюжета.**

**Он основа стиля сюжета.**

**Важное понятие «стиль в сюжете» — это проявление творческой личности репортера, конечно, в тех пределах, которые установлены правилами подачи информации зрителям.**

Благодаря стилю мы отличаем (или не отличаем) сюжет одного корреспондента от другого, новости одного канала от другого.

**Стиль — это то, как описываются события в закадровом тексте, какова речь репортёра в стендапе, какие планы и как используются в видеоряде, т.е. как событие выглядит в сюжете.**

Стиль — это творческий метод моделирования реальности в сюжете, создаваемый каждым кадром, словом, интонацией и монтажной склейкой.

Иногда он бывает ярко выраженный ироничный, комический, трагический, лирический, философский и т.д. Иногда, наоборот, еле уловимый, но он обязательно в сюжете должен быть.

Стиль помогает расцветить информационный образ сюжета, окрашивает смысл и факты эмоциями. Он полностью зависит от личности репортёра, его таланта, кругозора, компетентности, культуры, актёрских способностей, обаяния.

Чтобы стиль появился в работах тележурналиста, необходимо в каждом сюжете стремиться к целям, более высоким, чем просто рассказ о конкретном событии. Зритель сразу почувствует, что сюжет сделан личностью.

Общих правил стиля не существует, у каждой телекомпании, у каждого репортёра он свой, но зритель понимает, насколько он яркий, точный, выдержанный, и отличает с лёгкостью друг от друга разные по стилю сюжеты и программы.

**В создании сюжета новостей много ограничений, правил, законов, условий и условностей. В следовании им и в противоборстве с ними вырабатывается стиль, появляется опыт, отыскиваются приёмы, открываются возможности, нащупывается мастерство, а, значит, рождается сюжет, сочный, яркий, интересный – рассказ о событии, которое превращается на экране в виртуальный образ реальности.**





**© Академия медиаиндустрии**

---

**©Редакционно-издательский отдел**

**Ольгина О.С.**

**Драматургия информационного сюжета**

Редактор: Д.А.Сребницкая  
Тираж: 25 экз.

